

# **Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT)**

**22 de junio de 2012**



**GOBIERNO  
DE ESPAÑA**

**MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, ENERGÍA  
Y TURISMO**

# ÍNDICE

- 1.El Turismo, motor de salida de la crisis en España
- 2.Hoja de ruta en colaboración con el sector
- 3.El Turismo, sector estratégico
- 4.Diagnóstico
- 5.Pilares del Plan
- 6.¿Por qué es diferente a otros planes?
- 7.Destino España
- 8.28 medidas con 104 acciones agrupadas en 6 ejes
- 9.Seguimiento y control
- 10.Presupuesto



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, ENERGIA  
Y TURISMO

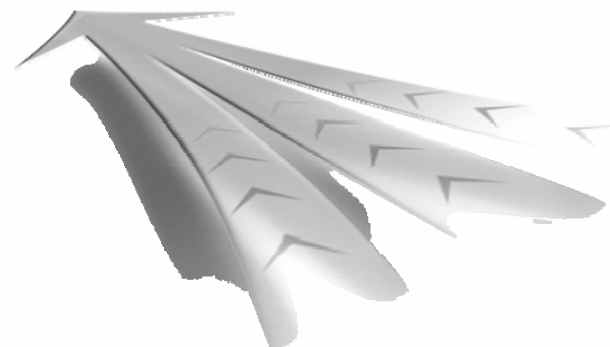
# 1. El turismo, motor de salida de la crisis en España



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, ENERGIA  
Y TURISMO

**El Plan Nacional e Integral de Turismo es un instrumento del Gobierno de España que define las líneas maestras para mejorar la competitividad del sector turístico como motor de la economía española.**



## 2. Hoja de ruta en colaboración con el sector



El Plan se ha **discutido y elaborado** entre el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, las comunidades autónomas, las organizaciones empresariales, los sindicatos y otras organizaciones públicas y privadas, **con más de 200 aportaciones de todo el sector**

Es una **hoja de ruta con 6 ejes, 28 medidas y 104 acciones**, con un enfoque pragmático que incluye **medidas inmediatas, concretas, realizables y medibles** en sus resultados y efectos.

### 3. El turismo, sector estratégico para España



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGIA Y TURISMO

#### España es líder mundial

- Marca España en el 3<sup>er</sup> puesto en relación al turismo (FutureBrand)
- 2<sup>do</sup> destino por ingresos y 4<sup>to</sup> por turistas (OMT)
- 8<sup>vo</sup> en competitividad (WEFO 2011)

#### Sector clave para la economía

10,2% del PIB (INE)  
**para el empleo**  
11,39% de empleo (SS)

#### SECTOR ESTRATÉGICO

- Mercado internacional
- Intensidad tecnológica
- Valor añadido
- Empleo
- Tejido industrial de calidad
- Eficiencia energética
- Sostenibilidad

#### Sector transversal y con gran poder de tracción

- Impacta indirectamente en muchos otros sectores y tiene grandes efectos inducidos

#### Conexión con otros mercados

Reino Unido, Alemania, Francia, Países Bajos...

#### primeras señales de recuperación

En marzo 2012 incremento 11,9% del gasto turístico respecto marzo 2011

## 4. Diagnóstico → El Turismo:

### *Presenta oportunidades*

- Mercados **emisores** turísticos **emergentes**
- Demanda sensible **nuevos atributos** (medio ambiente, salud, bienestar...)
- Amplia gama de intermediarios dispuestos a situar **productos diferenciados**
- Turismo como **sector estratégico en la UE**
- **Apoyo institucional** de la UE

### *Tenemos fortalezas*

- Alta **notoriedad** de la **marca turística España**
- **Alto grado de fidelización** en mercados europeos tradicionales
- Incremento de **turismo residencial**
- Gran **diversidad y variedad** de recursos
- **Seguridad** y **Servicios Sanitarios** de primer orden frente a cualquier eventualidad

### *También amenazas*

- Acentuación de la **crisis económica** en Europa
- Amenaza de destinos del **Arco Mediterráneo**
- **Sobreoferta** en el mercado
- Incremento de **precio del petróleo**

### *También debilidades*

- **Pérdida en ranking** de la **marca país**
- Poca **integración** entre el **s. público y privado**
- Gran **heterogeneidad normativa**
- **Reducción o congelación** de **precios** en el turismo tradicional
- **Madurez del destino**, **estacionalidad** de la demanda y **temporalidad** del empleo

Ante esta realidad, es necesario un enfoque nuevo

## 5. Pilares del Plan

El **Plan** se diseña **conforme a los siguientes pilares**:

- ***Liderazgo del Gobierno de la Nación***
- ***Marca España***
- ***Marco y estructura institucional para mejorar la competitividad empresarial***
- ***Colaboración Público-Privada***

## 6. ¿Por qué es diferente a otros planes?



La situación actual requiere de una **actuación distinta**.

Por ello, el enfoque del Plan es:

***Integral***, porque el cambio de ciclo afecta a todos los ámbitos de las AAPP y el Sector Privado,

***Nacional***, nuestro país compite como destino y marca con otras naciones en servicio al mismo cliente: el turista,

***Estratégico, operativo y medible***, en términos de alcance de objetivos y cumplimiento de medidas,

***Comunicable y transparente***, para informar a la sociedad



*“El Destino España se concibe como diferenciación relevante para el consumidor, donde todos los recursos (culturales, naturales, empresariales y de servicio público) se ponen al servicio del turista”*

Para ello, se fijan los siguientes objetivos:

1. Incrementar la actividad turística y su rentabilidad
2. Generar empleo de calidad
3. Impulsar la unidad de mercado
4. Mejorar el posicionamiento internacional
5. Mejorar la cohesión y notoriedad de la marca España
6. Favorecer corresponsabilidad publico-privada
7. Desestacionalización

Con los siguientes instrumentos:

- a) Impulso del conocimiento, emprendimiento y formación
- b) Mejora de la oferta
- c) Diversificación de la demanda

## 8. 28 medidas con 104 acciones agrupadas en 6 ejes



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, ENERGÍA  
Y TURISMO

### Eje 1: MARCA ESPAÑA

- Marca España
- Puesta en marcha Plan Estratégico de Marketing
- Representación permanente en la UE

### Eje 2: CLIENTE

- Fidelización España
- Estímulo demanda nacional
- Optimización expedición visados
- Tasas aeroportuarias

### Eje 3: OFERTA Y DESTINOS

- Reconversión destinos maduros
- Líneas crédito renovación infraestructuras
- Apoyo Municipios Turísticos
- Destinos inteligentes
- Agencias de gestión de experiencias
- Homogeneización Clasificación hotelera y alojativa
- Sistema de calidad turístico español
- Patrimonio cultural, natural y enogastronómico
- Fomento Turismo Sostenible

### Eje 4: ALINEAMIENTO

- Impacto turístico de las normas
- Unidad de mercado
- Modificación legislación
- Entrada sector privado decisión y financiación Turespaña
- Apoyo a la internacionalización
- Ventanilla Única

### Eje 5: CONOCIMIENTO

- Catálogo de servicios Turespaña
- Reorganización y modernización OETs
- Reorientación estadísticas de turismo

### Eje 6: TALENTO

- Líneas crédito jóvenes emprendedores
- Programa Emprendedores Turísticos
- Adecuación oferta formativa al mercado

## ATRACCIÓN DEL TURISMO A ESPAÑA

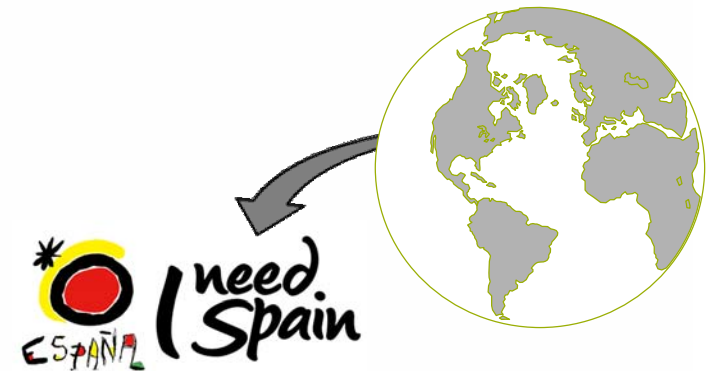
1. **Marca España:** impulsar la cohesión y notoriedad de la marca España, utilizando como palanca la marca turística España.

2. **Puesta en marcha del Plan estratégico de Marketing:** para la captación de turismo en mercados emisores y reposicionarse en los mercados maduros, con un fuerte apoyo en tecnologías de la información.

3. **Fidelización España:** para consolidar el destino España en mercados maduros, en un enfoque innovador, el primer destino-país que establece un programa de estas características.

4. **Optimización expedición visados:** para acompañar el crecimiento esperado de los mercados emergentes que son estratégicos para España.

5. **Estímulo demanda nacional:** campaña turística nacional para convencer al turista español de que disfrute las vacaciones en nuestro país.



## MARCO PARA LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

**6. Representación permanente en la UE:** seguimiento continuado de los asuntos que de forma directa o indirecta afecten a los intereses de España en materia turística.



**7. Impacto turístico en normativa:** evaluación del impacto turístico en la memoria económica de los proyectos normativos.

**8. Modificación legislación:** Para introducir la perspectiva de turismo en la reforma laboral, Ley de Costas, Arrendamientos Urbanos y Ley de Aguas.

**9. Unidad de mercado:** simplificación y armonización de la normativa para evitar pérdidas de competitividad.

**10. Homogeneización clasificación de alojamientos:** fomento de la adopción de sistemas de clasificación hotelera, alojamientos rurales y campings homogéneos entre las CC.AA

## APOYO A OFERTA Y DESTINOS

- 11. Reconversión destinos maduros:** crear el marco adecuado para la inversión privada, transformación de los consorcios actuales, fomento de productos turísticos realmente diferenciales, financiación para infraestructuras públicas e impulso a la transformación en Destino Inteligente.
- 12. Apoyo Municipios Turísticos:** fórmula de colaboración para el apoyo de los municipios turísticos por parte de todas las administraciones.
- 13. Destinos inteligentes:** impulso a la innovación en la gestión de los destinos a través de la incorporación eficiente de las TIC.
- 14. Modulación de tasas aeroportuarias:** para favorecer la desestacionalización.
- 15. Crédito renovación infraestructuras:** para las empresas turísticas en todo tipo de inversiones.
- 16. Turismo sostenible medioambientalmente:** Estructuración de la oferta, y promoción activa para segmentos sensibles a este producto.
- 17. Impulso a la calidad:** en nuestros destinos y oferta, evolucionando nuestro Sistema de Calidad Turística.

## TALENTO, EMPRENDIMIENTO E INTERNACIONALIZACIÓN

**18. Formación orientada a la demanda:** mejora de la oferta formativa para adaptarla a los nuevos perfiles profesionales.

**19. Apoyo a la internacionalización:** de las empresas turísticas acompañándolas en la apertura de nuevos mercados.



**20. Ventanilla única:** punto centralizado de información y asesoramiento sobre las diferentes convocatorias de ayudas y oportunidades de negocio.

**21. Líneas de crédito para jóvenes emprendedores en turismo:** desarrollo de préstamos participativos en condiciones más favorables a las ofrecidas por el mercado.

**22. Programa de emprendedores innovadores turísticos:** articulación de una completa red de cooperación para la promoción del emprendimiento en turismo, especialmente por parte de jóvenes.

**23. Redes de agencias de gestión de experiencias:** generar productos turísticos de alto valor añadido basadas en la oferta diferencial de nuestro país.

## POR UNA ADMINISTRACIÓN EFECTIVA Y EFICIENTE

- 24. Entrada sector privado decisión y financiación Turespaña:** nuevo modelo organizativo público privado para Turespaña.
- 25. Catálogo de servicios Turespaña:** centrado en la actividad promocional y los servicios basados en el conocimiento.
- 26. Reorganización y modernización OETs:** adaptar su estructura y funcionamiento a estrategia de marketing y la nueva propuesta de valor de Turespaña.
- 27. Reorientación estadísticas de turismo:** ganando en eficiencia a través de la colaboración más intensa con el INE.
- 28. Patrimonio cultural, natural y enogastronómico:** incidiendo en la gestión turística de este activo en toda la administración pública desde la promoción a la comercialización.



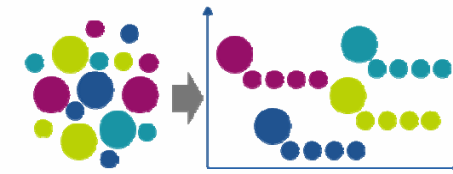


## 9. Seguimiento y control

***El Ministerio de Industria, Energía y Turismo coordinará la ejecución del Plan en toda su vigencia:***

***Planificación – Ejecución – Medición – Control - Comunicación***

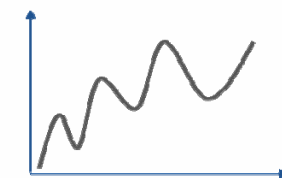
**1. Planificación:** con las medidas prioritizadas y en un cronograma de actuación con estimación de tiempos, recursos, hitos y entregables



**2. Ejecución:** desarrollo de medidas a lo largo de los 4 años en colaboración con diferentes agentes (CCAA, EELL, Ministerios..)

**3. Medición:** elaboración de un modelo de indicadores que permite realizar el seguimiento cuantitativo y continuo de:

- ✓ la ejecución (¿qué se está haciendo?)
- ✓ el resultado (¿qué se está consiguiendo?)
- ✓ el impacto (¿cómo está reaccionando el sector?)





## 9. Seguimiento y control

***El Ministerio de Industria, Energía y Turismo coordinará la ejecución del Plan en toda su vigencia:***

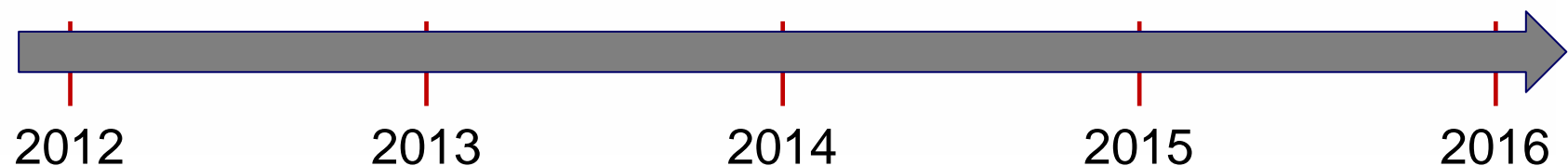
***Planificación – Ejecución – Medición – Control - Comunicación***

### ***4. Control:***

- **Comisiones periódicas** de información y evaluación, tanto internas como con foros del sector.
- **Plan de contingencia** donde se diseñarán **acciones que impulsen o corrijan** las medidas del Plan.

Todo ello en un marco de **transparencia** tanto con las partes participantes como con toda la Sociedad

← ***Comunicación continua bidireccional*** →



***Para el desarrollo de la hoja de ruta del Plan,  
con 28 medidas y más de 100 acciones,  
se cuenta con el presupuesto del área de Turismo:***

### ***Presupuesto Área de Turismo***

**2012 ..... 438.000.000 €**

### ***Previsión de presupuesto***

**2013 ..... 438.000.000 €**

**2014 ..... 460.000.000 €**

**2015 ..... 480.000.000 €**